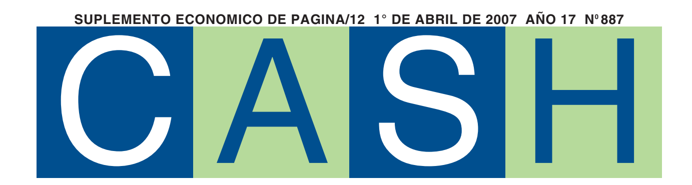


INVESTIGACION

Cómo las empresas eluden el control de precios

Viveza criolla

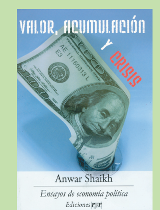


Las principales marcas de alimentos y artículos de primera necesidad aceleraron su ritmo de lanzamientos. Así esquivan los controles de precios con productos que cuestan más caros, que se ofrecen en múltiples envases con diferentes formas y tamaños. El control de precios alcanza sólo a las variedades básicas. La dispersión de precios es de hasta el 180 por ciento.

Sumacero

el Libro

VALOR, ACUMULACION Y CRISIS
Anwar Shaikh
Ediciones Razón y Revolución



Primera traducción al castellano de esta obra en la que se analizan conceptos básicos de la economía marxista. Con la teoría del valor como eje, Shaikh estudia la evolución de la economía internacional, la acumulación y las crisis tanto en forma teórica como empírica. En debate con los desarrollistas y los neoliberales, este trabajo aporta a la comprensión de la etapa actual del capitalismo y los límites de su desarrollo.

la Posta

Las empresas argentinas cuyas acciones se cotizan en la **Bolsa de Buenos Aires** sumaron en 2006 ganancias netas por 12.156 millones de pesos (3896 millones de dólares), un 4,2 por ciento menos que en 2005, según un informe difundido la semana pasada por el *Instituto Argentino de Mercado de Capitales*. De un total de 87 compañías, 68 obtuvieron beneficios. Entre los que experimentaron mayores incrementos en sus resultados, se destaca el sector bancario, que no había mostrado resultados positivos significativos durante los últimos años, y que pasó de ganar 9 millones de pesos (2,8 millones de dólares) en 2005 a 1034 millones de pesos (331,4 millones de dólares) en 2006.

EL CHISTE

Un empresario concurre a una consultoría y pregunta:
–¿Cuánto cobran por realizar un estudio?
El consultor le responde:
–Primero estructuramos el proyecto, y cobramos 5000 dólares por contestar tres preguntas.
–¿No es eso exageradamente caro?
–Puede ser, ¿y su tercera pregunta?

12

por ciento creció el consumo de **barras de cereales** durante el último año, según un informe de la consultora AC Nielsen. En los supermercados de las provincias las ventas se incrementaron un 18 por ciento, mientras que en Capital y Gran Buenos Aires apenas un 6 por ciento, no obstante concentrar el 45,2 por ciento del consumo.

Promoción

El municipio de Morón, a través de la Dirección de Promoción de Exportaciones, convoca a las MiPyMEs del distrito a participar del Proyecto de Iniciación Exportadora (PIE), dirigido a todas las firmas que quieran comenzar un proceso exportador planificado y sistemático. Informes: 44894320 o *promociondigital@moronexporta.com.ar*

Cursos & seminarios

Hasta el 30 de abril está abierto el llamado para los **diseñadores** de la ciudad de Buenos Aires que quieran contar con un espacio gratuito en la próxima edición de *Buenos Aires Moda* (edición primavera-verano 2007-2008). Los interesados deberán escribir a *red@red-d.org.ar*.

el Dato

Un ciudadano chino gastó la semana pasada más de 30 mil dólares en las tiendas libres de impuestos del aeropuerto francés Charles De Gaulle. El hombre, a quien los empleados identificaron como "cliente regular", compró vinos y otras bebidas que llevó en su equipaje de mano. Entre sus adquisiciones se destacó una botella de coñac de 1806, la época del emperador Napoleón Bonaparte, por la que desembolsó 6700 dólares, y un vino **Château Mouton-Rothschild** de 1945, valuado en 18.400 dólares.

Lo Dijo

"¿Alguien vio a Kirchner ufanarse de una inflación de un dígito? Dijo que bajaron el desempleo, pero nada sobre la inflación, porque sabe que desataría carcajadas. Políticamente, el 'logro' de Guillermo Moreno (el secretario de Comercio) está devaluado" (declaración de **Javier González Fraga**, ex titular del Banco Central y actual asesor de Roberto Lavagna, quien luego de la devaluación pedía dejar flotar al dólar libremente y ahora se preocupa por la inflación. *Revista Fortuna*)

RankinG

La queja
Reclamos * en provincia de Buenos Aires, 2006

Rubros	cantidad
Telefonía fija	3205
Comercios minoristas	3035
Telefonía celular	2183
Internet	632
Electricidad	614
TV por cable	549
Servicios sanitarios	543
Medicina prepaga	512
Tarjetas de crédito	484
Planes de ahorro	150

** Se computan los llamados realizados a la Línea Gratuita de Orientación al Consumidor provincial 0800-222-9042*

Fuente: Ministerio de la Producción de la provincia.

EL ACERTIJO

Ana y Carlos están merendando pasteles. Ana tiene el triple que Carlos. Carlos no estaba muy conforme. A regañadientes Ana da uno de sus pasteles a Carlos, pero todavía tenía el doble que Carlos.

¿Cuántos pasteles más tiene que darle Ana a Carlos para que cada uno tenga los mismos? ¿Cuántos pasteles había en total?

Respuesta: Ana tiene que darle a Carlos 2 pasteles. En total había 12 pasteles. Al principio Ana tenía 9 y Carlos 3.

Picardía...

POR FERNANDO KRAKOWIAK

Las principales marcas de alimentos y artículos de primera necesidad aceleraron su ritmo de lanzamientos para esquivar los controles de precios con productos que cuestan más caros y quedan fuera de los "acuerdos" firmados con el Gobierno. La Serenísima vende 29 variedades de leche fresca, Fargo 14 tipos de pan lactal, Siempre Libre comercializa 15 toallas femeninas distintas y Unilever dispone de 14 opciones dentro de su línea de limpiadores Cif. En recorridas por supermercados y almacenes, **Cash** comprobó situaciones similares con yogures, aguas minerales, quesos, arroz, galletitas, desodorantes, jabones en polvo y pañales. Además, los productos se ofrecen en múltiples envases con diferentes formas y tamaños (*ver aparte*). La segmentación es parte de una tendencia global que busca hacer frente a la fragmentación de los mercados, pero la presión oficial para controlar los precios le imprimió al proceso una dinámica propia, acelerada en un contexto de reactivación económica que les permite a los sectores de mayor poder adquisitivo convalidar las novedades.

En el caso de la leche fresca, las empresas líderes han modificado sus productos y ampliado sus líneas hasta llenar las góndolas de los supermercados con decenas de variedades. La tradicional leche entera ultrapasteurizada La Serenísima es desde mayo del año pasado "fortificada con vitamina C", pero además convive con novedades como las leches Infantil, Deslactosada, Fortificada con hierro, Fortificada con azúcar, Extra calcio, Crecer 0 a 6 meses, Crecer de 6 a 12 meses, Crecer 3, Crecer con jugo de frutas, Ser con jugo, Ser con fibra activa y Serecol con Fitoesteroles y Omega 3. La oferta llega a 29 variedades cuando se suman las versiones descremadas, los distintos gustos de las presentaciones con jugo, las combinaciones del estilo "extra calcio con hierro" y las chocolatadas Cindor y Cindor Light. Una situación similar se observa con las leches SanCor.

Los especialistas consultados por **Cash** aseguraron que ese tipo de lanzamientos apunta a complacer a un consumidor que reclama alimentos cada vez más "saludables". Las empresas lo hacen a través de innovaciones que se evidencian en el producto o simples maquillajes imperceptibles. No obstante, en la mayoría de los casos la novedad se vende más cara, lo que permite ampliar las ganancias escapando al control de precios, que alcanza sólo a las variedades básicas. "Las empresas les agregan valor a sus productos y los venden a un precio mayor. Es una relación directa", afirmó a este suplemento Mariana Rossi, titular de la consultora Latin Panel, quien aseguró, además, que el año pasado se produjo el mayor número de lanzamientos desde la devaluación.

Una comparación entre las leches que se ofrecen en sachet de litro permite ver la diferencia: la leche entera La Serenísima incluida en el acuerdo con el Gobierno cuesta 1,56 peso; pero las versiones Infantil y Ser con jugo de frutas, lanzadas en noviembre del año pasado, se venden a 2,40 y 2,99 pesos, respectivamente. Por su parte, la leche Serecol con jugo, ofertada desde mediados de 2005, cuesta 4,35 pesos, lo que eleva la dispersión de precios al 180 por ciento.

DIFERENTES FORMAS Y TAMAÑOS

Envases que confunden

POR F. K.

Las estrategias empresarias diseñadas para incrementar ganancias no sólo contemplan el lanzamiento de nuevos productos sino también la multiplicación de envases con diferentes formas y tamaños. Los yogures cremosos SanCor Yogs con pulpa de fruta se venden en potes de 120 gramos o en un pack que incluye dos envases de 125 gramos. Hay potes de 180 gramos para la versión que incluye copos azucarados, de 190 para los que tienen trozos de fruta y de 200 gramos para los firmes. Además, hay botellas de 200 gramos y sachets y tetras de un litro para los bebibles. La segmentación se justifica argumentando que los envases contemplan las diferentes necesidades del consumidor. Sin embargo, al ofrecer presentaciones con apenas 5 gramos de diferencia lo único que se logra es dificultar la comparación de precios.

Lo mismo ocurre con las salchichas Vieníssima de Molinos. La oferta incluye paquetes de 5, 6, 8, 10, 12, 20 y 30 unidades. El precio por kilo varía en todos los casos y es mayor en las presentaciones más chicas. Sin embargo, la marca y el supermercado destacan el valor del paquete que, obviamente, es más barato cuanto más pequeño es, aunque se termine pagando más por kilo.

Otro ejemplo son las galletitas Criollitas. Cada paquete pesa diferente según la variedad: Originales y Tostadas (105 gramos), Tostadas lacteadas (110 gramos), Lacteadas (118 gramos) y Untables (190 gramos). El pan lactal Fargo también puede marear al consumidor. Hay paquetes de 350, 390, 420, 500, 530, 580 y 690 gramos, pero cada variedad se ofrece en uno diferente, lo que dificulta la comparación. Los supermercados están obligados a poner el precio por kilo, pero lo que destacan en letras grandes es el valor por paquete.

Con los productos de higiene la historia se repite. Pumpers (Procter & Gamble) vende siete variedades de pañales, pero si se computan los distintos tamaños de la prenda y los envases en que se los ofrece la oferta llega a 33. Hay pañales pequeños, medianos, grandes y extragrandes, que se comercializan en paquetes de 8, 10, 12, 14, 16, 20, 24, 28, 30, 32, 36 y 46 unidades. Cada variedad se ofrece sólo en dos o tres paquetes. Por lo tanto, la comparación de precios es muy difícil de realizar.

Gustavo Mujica



Además, en algunos supermercados estas variedades están desplazando de las góndolas leches más económicas de segundas marcas.

El pan lactal Fargo es otro ejemplo de una segmentación creciente que le permite al fabricante ampliar su rentabilidad. Al lacteado Esponjoso original se le sumaron 13 opciones: Fortificado, Blanco Light, Blanco sin sal con fitoesteroles, Liviano con miga aireada, Rodajas finas, Salvado Light, Salvado Doble (en tres versiones), Integral Fortificado, Doble Integral, Bio Bred con centeno y All Natural. La oferta básica cuesta 2,89 pesos, pero la variedad más cara vale 6,68 pesos, un 130 por ciento más.

Lo mismo ocurre con el arroz. La marca Gallo ofrece el Doble Carolina de un kilo (4,62 pesos), pero también las opciones Fortificado (5,04 pesos), Oro (5,09), Doble Oro (5,17), Integral (5,29) y Oro Quick (5,85). La oferta de quesos también se diversificó. La compañía Santa Rosa le sumó al tradicional queso Adler las variedades Light, Mini, Natural y Cream, todas más caras. A fines de 2004, SanCor presentó Port Salut Untable (2,65 pesos) y a mediados del año pasado agregó la versión Light (3,05). Además, en octubre presentó el yogur Yogs Natural, que se vende casi un 20 por ciento más que las opciones ya existentes dentro de la misma línea (1,29 versus 1,09 peso). En el mercado de las galletitas, Bagley combinó su oferta original de Criollitas (7,90 pesos por kilo) con las versiones Untables (8,89), Lacteadas (9,74), Tostadas (22,27) y Tostadas lacteadas (23,33).

"Las empresas utilizan una estrategia de portafolio que combina productos de menos volumen de venta y mayor rentabilidad con otros de mayor volumen y rentabilidad menor. Es probable que en la coyuntura actual se aproveche esa estrategia de diversificación para minimizar el impacto que generan los controles de precios sobre algunas variedades", señaló a **Cash** Alejandro González, gerente general de Coure/CCR. Más contundente fue Claudio Rodríguez, director de Cicmas: "La necesidad de obtener rentabilidad lleva a las empresas a lanzar novedades para quedar fuera del control de precios". Por su parte, el economista de FIEL, Daniel Artana, sostuvo que en un escenario de control estricto de precios lo más lógico sería que la variedad disminuya y empeore la calidad, pero reconoció ante este suplemento que si el control se limita sólo a algunas variedades, la diversificación es "una opción posible para incrementar la rentabilidad".

En los productos de limpieza e higiene personal opera una lógica similar a la de los alimentos. El suavizante para la ropa Vivere (Unilever) ofrece siete variedades. La versión clásica cuesta 3,40 pesos, pero las novedades "Lirio y Bambú" y "Sándalo y Flores de Cerezo" se venden a 4,09 y 4,26 pesos, respectivamente. La línea de limpiadores Cif para el hogar, perteneciente a la misma multinacional, también multiplicó su oferta lanzando al mercado aplicaciones cada vez más específicas. Al Cif Crema original se le sumaron versiones con agregados de lavandina y lavandina con gel, presentaciones "Power cream" y fórmulas de "Ultra liberación progresiva", a precios más caros. Ayudín (Clorox) comercializa la lavandina tradicional de litro a 1,38 peso, pero en las góndolas se pueden encontrar las novedades Ayudín Bebé (1,88 peso), Aires de Bosque (1,89) y Pureza de Glaciar (1,75), alternativas que le dejan a la empresa un margen mayor.

Procter & Gamble también aprovechó sus lanzamientos para incrementar los márgenes de ganancia. Los pañales Pumpers Babysan XL de 8 unidades valen 6,59 pesos, mientras que el mismo paquete de Pumpers Total Anatómico, presentado en agosto de 2005, cuesta 8,29 pesos (25 por ciento más). En el caso del jabón en polvo, el paquete de Ariel Oxi Azul, producido por la misma multinacional, vale 7,14 pesos y la novedad Oxi Azul con "un toque de suavizante", 7,49 pesos. Johnson & Johnson, por su parte, vende 15 tipos de toallas femeninas Siempre Libre: Ultra Dry, Ultra Dry Max, Ultra con extracto de algodón, Nocturna, Sin alas, Con alas y otras tantas combinaciones que elevaron la dispersión de precios a un 140 por ciento entre la variedad más económica y la más costosa.

Esta estrategia de lanzamiento de novedades, combinada con una renovación constante de envases, les permite a las empresas seguir mostrando balances con ganancias fuertes, pese a un control de precios que presenta demasiados flancos débiles. C

- Las principales marcas de alimentos y artículos de primera necesidad aceleraron su ritmo de lanzamientos.
- Así esquivan los controles de precios con productos que cuestan más caro y quedan fuera de los "acuerdos" firmados con el Gobierno.
- El año pasado se produjo el mayor número de lanzamientos desde la devaluación.
- Los productos se ofrecen en múltiples envases con diferentes formas y tamaños.
- La novedad se vende más cara, lo que permite ampliar las ganancias escapando al control de precios, que alcanza sólo a las variedades básicas.
- La dispersión de precios alcanza hasta el 180 por ciento.
- La segmentación es parte de una tendencia global que busca hacer frente a la fragmentación de los mercados.
- Los controles de precios y la reactivación le imprimieron al proceso una aceleración a esa dinámica propia.
- Los sectores de mayor poder adquisitivo convalidaron las novedades.

Opiniones sobre la política de lanzamientos y elusión del control de precios

MARCELO FIGUEIRA
gerente ACNielsen

"La renovación se aceleró"



¿Qué impulsa a las empresas a ampliar sus líneas de productos?

–El sistema capitalista siempre necesitó de una renovación de la oferta para impulsar el consumo y la producción, pero en la época actual los ciclos se han exacerbado. No es de extrañar que las marcas extiendan sus líneas o lancen nuevos productos constantemente. Nosotros detectamos tendencias vinculadas a la salud y a la tecnologización. En alimentos y bebidas las variaciones buscan transmitir el concepto de lo saludable. Es el caso de las leches fortificadas, las aguas saborizadas y las gaseosas cero azúcar. En otros campos, como la telefonía celular, están trabajando bajo el concepto de tecnologización.

Algunos cambios son imperceptibles.

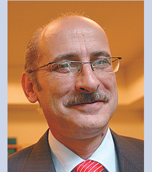
–No hay que olvidar el concepto de retorno sobre la inversión. En algunos casos puede tener que ver más con una optimización de costos que con una necesidad del consumidor.

¿También se impulsan para esquivar acuerdos de precios?

–Desconozco si se están realizando lanzamientos para lograr ese objetivo, aunque me inclinaría a pensar que no porque las grandes marcas pertenecen a corporaciones internacionales que aplican esa política en todos lados. C

CLAUDIO RODRIGUEZ
director Cicmas

"El control de precios influye"



¿Por qué las empresas ofrecen líneas de productos tan amplias?

–Hay necesidades de la demanda y de la oferta. Por el lado de la demanda, hay búsquedas muy personalizadas. Algunos consumidores, por ejemplo, prefieren yogures que tengan zinc porque saben que es bueno aunque no sepan bien lo que aporta. Mientras que del lado de la oferta, las empresas tienen la necesidad de mantenerse presentes en la mente del consumidor ampliando y renovando sus líneas.

¿Todos los lanzamientos suponen un cambio genuino del producto?

–Puede ser que en algunos casos no haya innovación, pero muchas veces el problema es que las diferencias no son bien comunicadas por la empresa.

¿El ritmo de lanzamientos aumentó en el último año?

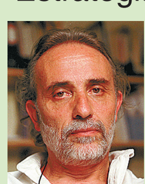
–A partir de la recuperación económica los lanzamientos se aceleraron y desde entonces vienen creciendo de manera sostenida todos los años. Además, aumentó el número de proyectos que hay en carpeta.

¿El control de precios puede estar influyendo?

–Sin duda, la necesidad de obtener rentabilidad lleva a las empresas a lanzar novedades para quedar fuera de un control de precios, que se limita a los productos más básicos. C

FERNANDO PORTA
economista Grupo Redes

"Estrategias genuinas y espurias"



¿Las nuevas variedades de un mismo producto contemplan siempre una innovación?

–La estrategia empresaria de diferenciación de variedades puede ser genuina o espuria. En el primer caso, es una consecuencia de innovaciones incrementales impulsadas por un mercado que tiende a segmentar consumidores. Lo otro es una variedad marketinera sin calificaciones nuevas que apunta a lograr rentas extraordinarias aprovechando la desinformación del consumidor. Además, es probable que en un contexto de vigilancia de precios haya estrategias tendientes a saltar ese cerco generando una imagen de nuevo producto donde no lo hay.

¿Es una estrategia habitual?

–Sin duda. En este caso, el Gobierno impulsa acuerdos restringidos que tienden a generar en cada franja de consumo alguna gama de precios estables. No es como en el Plan Austral, en que todos los precios estaban controlados. No obstante, en ese caso las empresas presentaban supuestos nuevos productos y decían que tenían costos diferentes y, por lo tanto, precios diferentes.

¿Qué se puede hacer frente a esta situación?

–La observación de precios debería estar combinada con una política que garantice los derechos del consumidor. C

CONTADO

YPF, OPA, OPA, olé, olé

Por Marcelo Zlotogwiazda

Lo que sigue es para responder a la pregunta de si la alternativa que barajó el kirchnerismo para recuperar YPF tenía viabilidad.

Una de las prácticas más emblemáticas del capitalismo globalizado es la Oferta Pública de Adquisición (OPA) que realiza una compañía, un fondo de inversión o un banco para quedarse con una sociedad de cotización pública. Se trata de una práctica bien mercantil, casi siempre por montos siderales, que tiene como ámbito la Bolsa de Valores, involucra a grandes corporaciones, que facilita el fenómeno de la concentración económica, y que además desata las pasiones competitivas y los movimientos especulativos tan característicos de esta etapa del capitalismo mundial.

La OPA como práctica está tan en boga que en esta última semana varias de ellas sacudieron los mercados de los principales centros mundiales. En Alemania, la firma Porsche presentó en la Bolsa de Francfort una oferta para aumentar la participación que ya posee de Volkswagen, que pocos días antes ya había incrementado en un 3,6 por ciento pagando más de 1300 millones de dólares. Otro ejemplo es el del fondo de inversión Texas Pacific Group, que según anticipó el diario inglés *The Times* estaría por lanzar una OPA por 4000 millones de dólares para tomar el control de Iberia, lo que según el medio forzaría a British Airways a salirle al ruedo con una oferta alternativa para defender la posición que hoy tiene en la aerolínea española con el manejo del 10 por ciento de las acciones. El fondo texano también estaría interesado en Alitalia, y en este caso el contrincante es la alemana Lufthansa.

Pero en ningún lugar las OPA están tan al rojo vivo como en España, donde mediante ese instrumento se están disputando a cara de perro el dominio sobre Endesa, un caso de directo interés para la Argentina ya que Endesa controla Edesur y las centrales Costanera, El Chocón y Dock Sud. La pelea por Endesa la protagonizan por un lado la compañía E.ON de Alemania, a la que se le enfrentaron pretendientes españoles y el gobierno mismo de José Luis Rodríguez Zapatero. Primero los alemanes dejaron fuera del partido a la OPA de Gas Ban (dueña en Argentina de la distribuidora homónima y propiedad de Repsol y La Caixa de Cataluña), y cuando E.ON estaba a punto de cantar victoria apareció otra OPA por parte de una alianza españo-la-italiana entre Acciona y Enel. Y no casualmente recrudecieron los obstáculos del gobierno español a los alemanes, que denunciaron a España ante la Comisión Europea por lo que consideran medidas violatorias de las normas de competencia de la comunidad que en estos días celebra sus primeros 50 años.

Lo anterior demuestra que nadie podría haber acusado al gobierno argentino de ser anticapitalista, setentista o cosa parecida por la intención que evaluó para retomar las riendas de YPF, alternativa que fue descartada en público primero por Alberto Fernández y el lunes pasado comunicada formalmente por parte del presidente Kirchner al embajador español Rafael Estrella Pedrosa.

Pero los antecedentes también sirven para comprender por qué la respuesta a la pregunta del principio es un rotundo no. O, en palabras más crudas, que la idea era descabellada; no por inconveniente, sino por impracticable. El único instrumento a disposición del Gobierno argentino para recuperar YPF es con una OPA, y no sobre YPF sino sobre Repsol, es decir la compañía madre. Esto porque Repsol controla más del 99 por ciento de YPF, por lo cual la única posibilidad de comprarles YPF a los españoles es con su consentimiento y no con la hostilidad y prepotencia de mercado que tiene una OPA.

Y si la resistencia de los españoles a perder Endesa a manos de alemanes no fuera suficiente demostración de la importancia que le atribuyen a la cuestión de la nacionalidad y soberanía, cabe recordar que hace muy poco el gobierno socialista español hizo lo imposible para blindar a la mismísima Repsol ante una ofensiva hostil que se veía venir por parte de British Petroleum o de la rusa Gazprom. Con rápidos reflejos armaron una operación que impuso como nuevo principal accionista al grupo constructor *local* Sacyr Vallehermoso.

Ni siquiera hace falta conjeturar sobre la posibilidad de que el gobierno argentino disponga de fondos para una OPA sobre una compañía, Repsol, valuada en alrededor de 40.000 millones de dólares (YPF sólo vale 17.000 millones). Tal vez la descomunal idea haya estado motivada en la necesidad de Kirchner de redimirse por el apoyo que en su momento otorgó a la venta de YPF. Más inteligente sería que se trate de una estrategia para presionar a los españoles a que mejoren su performance e inviertan una porción mayor de lo mucho que ganan. C

Claves

Intercambio

negocios

- En el 2004 se anunciaron inversiones por 20.000 millones de dólares.
- Se mencionaron convenios tecnológicos e inversiones en servicios urbanos e interurbanos de ferrocarriles de pasajeros.
- Desde entonces sólo hubo unas pocas operaciones concretadas.
- A pesar de que las inversiones chinas no arribaron, se produjo un importante aumento del intercambio comercial.
- El 78 por ciento del total de ventas a China corresponde al complejo oleaginoso.

Ana D'Angelo



Las empresas argentinas que exportan a China se duplicaron desde 2001.

CRECIMIENTO SOSTENIDO DEL COMERCIO CON CHINA

La atracción del gigante

POR DIEGO RUBINZAL

Las inversiones millonarias anunciadas en 2004 no vinieron. Apenas se concretaron unos pocos negocios. En cambio, creció fuerte el intercambio comercial.

La visita del presidente chino Hu Jintao, en el 2004, estuvo rodeada de múltiples expectativas estimuladas desde despachos oficiales. Se anunciaron inversiones por 20.000 millones de dólares y hasta la posible recompra de deuda con fondos aportados por el gigante asiático. La potencialidad del mercado chino con 1300 millones de habitantes y el explosivo crecimiento económico excitaron al Gobierno y sectores empresarios. Entre los acuerdos eventuales se mencionaban convenios tecnológicos, inversiones en servicios urbanos e interurbanos de ferrocarriles de pasajeros, la electrificación de las líneas Belgrano Norte y General San Martín, la extensión del Aeropuerto de Ezeiza, la construcción de 300.000 viviendas y la inversión –en asociación con Enarsa– en prospección, exploración, explotación y producción de áreas marítimas nacionales, costa afuera.

Sin embargo, desde entonces sólo hubo unas pocas operaciones concretadas: acuerdo de una empresa china para manejar con socios locales el ferrocarril Belgrano Cargas, el aporte de 21 millones de dólares para reactivar la mina de Sierra Grande y la compra de vagones y locomotoras chinas para el Ferrocarril San Martín. La realidad se divorció de las expectativas.

De todos modos, a pesar de que las inversiones chinas no arribaron en la medida de lo informado, se produjo un importante aumento del intercambio comercial. Desde la salida del 1 a 1 las exportaciones a China crecieron cerca del 200 por ciento, convirtiendo a ese país en el cuarto destino de las exportaciones argentinas. La causa principal de ese aumento explosivo fue el incremento de los volúmenes exportados de poroto de soja. Según datos del Centro de Estudios de la Producción, el 78 por ciento del total de ventas a China corresponde al complejo oleaginoso. El desarrollo del comercio con China también se verifica en la cantidad de empresas que exportan a ese destino. Mientras que en el 2001 había 248 compañías, hoy son el doble. Ese salto exportador permitió revertir el saldo comercial bilateral deficitario que tuvo la Argentina durante toda la década del '90.

Sin embargo, el incremento de las importaciones provenientes de China en los últimos dos años (principalmente máquinas, productos textiles, calzados y manufacturas de cueros) han puesto en duda que el superávit alcanzado pueda continuar. Un reciente documento *¿Angel o demonio? Los efectos del comercio chino en los países de América Latina*, de Blázquez–Lidoy, Rodríguez y Santiso (*Revista Cepal* 90-diciembre/06), afirma que "existe una percepción un tanto contradictoria sobre el impacto generado en América latina por el surgimiento de China. Por una parte, los bajos costos de la mano de obra y la consiguiente competitividad de China pueden amargar a otras economías; por la otra, su enorme mercado interno significa una oportunidad".

Consultados por **Cash**, funcionarios del Ministerio de Economía prefieren la segunda opción. En este sentido, esperan una demanda sostenida de soja para alimentar un stock creciente de ganado porcino y para abastecer un consumo per cápita de aceite en aumento, que no puede ser satisfecho por las aceiteras chinas. También pronostican un incremento de la demanda de carne vacuna, frutas, pescados y vinos. Además, señalan las oportunidades que se les presentan a los empresarios argentinos al existir una elevada complementariedad en productos utilizados por la industria china. Entre ellos se destacan los desechos de cobre, laminados de hierro y acero, plásticos, cueros bovinos o equinos y lana.

Sobre la potencialidad exportadora de los países sudamericanos, en el documento mencionado de la *Revista de la Cepal* se sostiene que "aunque el intercambio se concentra en un número reducido de productos básicos, la vigorosa demanda china de materias primas es auspiciosa para América latina. En términos económicos, se trata de un shock de demanda positiva". Sin embargo, los autores advierten que "cabría esperar una mayor especialización, ya que de lo contrario aumentará la dependencia de América latina de los productos básicos y los países de la región seguirán expuestos a los vaivenes de la relación de los términos del intercambio". Lejos de los grandes anuncios, aprovechar las oportunidades que brinda el mercado chino y tratar de neutralizar sus amenazas es el desafío que se les presenta al Gobierno y a los empresarios. C

EL DESARROLLO DE LOS BIOCOMBUSTIBLES Y UNA AGRICULTURA SUSTENTABLE

Soberanía alimentaria en riesgo

POR SEBASTIAN PREMICI

Alimentos o energía es un dilema que ha emergido con los megaproyectos de biocombustibles a partir de diferentes cultivos. Impacto ecológico y consumo de petróleo.

Miguel Altieri, profesor de la Universidad de Berkeley y miembro fundador de la Sociedad Latinoamericana de Agroecología, disertó en el seminario "Avances y retrocesos en la sostenibilidad de la agricultura latinoamericana". El encuentro –realizado el pasado 21 de marzo– fue organizado por el Instituto Argentino para el Desarrollo Económico y el Grupo de Ecología del Paisaje y Medio Ambiente de la Universidad de Buenos Aires. "Hay que entender que la demanda de energía alternativa para Estados Unidos constituye un esfuerzo por independizarse del petróleo que viene de zonas políticamente complicadas. Por un lado, apuestan a la energía nuclear, que están desarrollando fuertemente pero en silencio, y por el otro a los biocombustibles", explicó Altieri a **Cash**.

¿Alimentos o energía es una cuestión preocupante?

–Estados Unidos es un gran productor de etanol. Por eso tiene problemas en Dakota e Iowa donde deben importar maíz para alimentar a su ganado ya que todo lo que producen es destinado al etanol. La consecuencia directa sobre los consumidores será la pérdida de la soberanía alimentaria y el aumento de los costos de los alimentos, tal cual ocurre en México con el precio de la tortilla. Sin embargo, si todas las hectáreas de maíz que hay en Estados Unidos se convirtiesen en biocombustible, sólo cubrirían el 12 por ciento del consumo del petróleo. Es decir que necesitarían el equivalente a seis áreas similares a las plantaciones de maíz para reemplazar el uso completo de la energía tradicional. Por eso están mirando al Sur, a Brasil (con el cultivo de caña) y a la Argentina (con la soja).

Así como Estados Unidos invadió Irak para obtener un mejor manejo del petróleo, ¿cree que habrá conflictos similares en Latinoamérica por el acceso a la tierra?

–El gobierno de Bush está intentando crear una especie de OPEP del etanol para detener la influencia de Chávez. La visita que realizó a Brasil fue en ese sentido. Pero los conflictos en la región ocurrirán más al interior de los países. En Estados Unidos ya hay problemas importantes en torno del agua porque el maíz se expande hacia fuentes hídricas. Por lo tanto, los conflictos serán por la soberanía alimentaria y por el impacto ecológico. A la deforestación hay que sumarle la alta escala de producción de los monocultivos, que requerirán la utilización de muchos herbicidas y maquinaria. La producción de energía a partir de los biocombustibles requerirá mayor consumo de petróleo. Por un litro de biocombustible producido, se necesitará 1,36 de petróleo. Por eso las empresas petroleras no se quejan de la energía alternativa ya que saben que necesitarán petróleo para producir etanol.

Pablo Piovano



"Una reforma agraria sería relevante para generar una economía sustentable", afirma Altieri.

¿Los biocombustibles no solucionarán el problema del medio ambiente?

–En Estados Unidos llaman a esta situación *green washed* (lavado verde), es decir, cuando una empresa quiere vender la bondad de lo verde asociada a los biocombustibles. El problema energético debe solucionarse de la mano del autoconsumo. Europa y EE.UU. utilizan el 52 por ciento del petróleo del mundo. Entonces, claramente hay un grupo que es responsable del consumo y de las emisiones de dióxido de carbono que contaminan el medio ambiente. El sistema de transporte público de EE.UU. fue destruido para que haya un mayor crecimiento de la industria automotriz. No podemos pensar que las mismas multinacionales que trajeron los problemas climáticos nos van a librar de él.

¿Cómo imagina ese cambio?

–En la agricultura, muchas veces las pequeñas propiedades pueden ser hasta cien veces más productivas que las grandes. Todo lo que produce una pequeña finca, por ejemplo, pollos, vegetales, maíz resulta más productivo que una gran hacienda dedicada a un monocultivo. Las propiedades menores a las 200 hectáreas conservan mejor sus recursos naturales, utilizan menos pesticidas, aumentan la biodiversidad.

¿Habría que impulsar una reforma agraria?

–Una reforma agraria bien hecha sería relevante para generar una economía sustentable. Hay que pensar en un modelo de pequeña agricultura, ecológica y productiva. C

Energía cultivos

"La consecuencia directa sobre los consumidores será la pérdida de la soberanía alimentaria y el aumento de los costos de los alimentos."

"El gobierno de Bush está intentando crear una especie de OPEP del etanol para detener la influencia de Chávez."

"La producción de energía a partir de los biocombustibles requerirá mayor consumo de petróleo."

"No podemos pensar que las mismas multinacionales que trajeron los problemas climáticos nos van a librar de él."

"En la agricultura, muchas veces las pequeñas propiedades pueden ser hasta cien veces más productivas que las grandes."

EL BAUL DE MANUEL **Por M. Fernández López**

Primer medio siglo de la AAEP

Este año se cumple medio siglo del inicio de la existencia de la Asociación Argentina de Economía Política (AAEP), la más representativa de la profesión. Un antecedente de su fundación fue una carta del profesor Oreste Popescu a un conjunto de economistas, señalando la conveniencia de formar una asociación representativa de los investigadores. La mayor parte de las respuestas fue categóricamente favorable al proyecto. Tras gestiones de los profesores Olivera y Popescu, el 26 de septiembre de 1957 se resolvió crear la AAEP. Suscribieron el acta (en orden alfabético) Juan E. Alemann, Roberto T. Alemann, Julio Broide, Benjamín Cornejo, Aldo Ferrer, Francisco García Olano, Juan José Guaresti (h.), Carlos C. Helbling, Carlos Moyano Llerena, Julio H. G. Olivera, Federico Pinedo, Oreste Popescu, Ovidio Schiopetto y Francisco Valsecchi. Una comisión, integrada por J. J. Guaresti (h.), J. H. G. Olivera, O. Popescu y F. Valsecchi se ocupó en dar efectividad a las decisiones adoptadas. El 18 de noviembre se celebró la asamblea constitutiva, convocada por dicha comisión. El objeto de la AAEP sería promover el análisis económico en el país, con miras al adelanto de la ciencia. Podrían ser miembros quienes hubieran realizado trabajos sobre temas de análisis económico, juzgados de mérito y continuidad por una comisión designada por la asamblea de la Asociación, y quienes fuesen invitados a incorporarse a la AAEP por decisión de la asamblea de sus miembros. En 1961 se hicieron los primeros nombramientos: Manuel Cordomí, Guido Di Tella, Loreto Domínguez, Carlos García Mata, Norberto González, Samuel Gorbán, Federico J. Herschel, Samuel Itzcovich, Emilio Llorens, Angel F. Monti, Jorge S. Oría, Manuel San Miguel, Federico Schindler y Saturnino Zemborain. En septiembre de 1959 la AAEP fue admitida como miembro de la International Economic Association (IEA), máxima institución de la ciencia económica en el plano mundial, fundada por la Unesco. La AAEP solicitó su admisión a instancias de Louis Baudin (Universidad de París) y Walter A. Joehr (Universidad de San Gall), vicepresidente y miembro del Comité Ejecutivo de la IEA. A propuesta de Olivera en 1960 se resolvió crear sedes regionales en Tucumán, Córdoba, Rosario, La Plata y Bahía Blanca, dirigidas por Horace W. Bliss, Benjamín Cornejo, Samuel Gorbán, Oreste Popescu y Uros Bacic, respectivamente. C

Un siglo de Meade

James Edward Meade nació en 1907 y enseñó en Oxford desde 1930. Este último año no sólo es memorable por marcar el comienzo de la Gran Depresión, sino también por ser el de la publicación del *Tratado sobre el dinero*, de John M. Keynes. Esta obra, nacida en un clima de gran incertidumbre para los economistas, que no atinaban a ofrecer a la sociedad respuestas válidas para paliar la desocupación masiva, motivó la realización de un seminario en la Universidad de Cambridge, conocido como "Cambridge Circus", dirigido a desmenuzar el libro de Keynes. Meade se involucró intensamente en ese seminario, que incluía nada menos que a Piero Sraffa, Richard Kahn y Joan Robinson. Fue uno de los primeros en recoger las nuevas teorías keynesianas en un libro de texto: *Introducción al análisis y la política económica* (1936). En 1938 abandonó por corto tiempo la vida universitaria para desempeñarse en la Sociedad de Naciones en Ginebra. La guerra y el ataque a Inglaterra lo hicieron volver en 1940, para trabajar para el gobierno, al lado de Richard Stone. Ambos serían premios Nobel, Meade en 1977. De esa experiencia nació *Ingreso y gasto nacional* (1944), que consagró a Stone como máximo experto en cuentas nacionales. De regreso a la universidad, Meade encaró producir una obra gigantesca, la *Teoría de la política económica internacional*, cuyos dos tomos fueron *Balance de pagos* (1950) y *Comercio y bienestar* (1955), en los que creó conceptos novedosos, como el de "second best" (segundo óptimo). Aficionado a los gráficos, en el estilo de Abba Lerner, publicó *Geometría del comercio internacional* (1952) y *Teoría de las uniones aduaneras* (1955). Ligado al pensamiento keynesiano, no le fue difícil a la Universidad de Cambridge llevar a Meade a enseñar en sus aulas, en 1957, cuando brillaban con todo esplendor Piero Sraffa por su edición de las obras de Ricardo, y Joan Robinson por sus provocativas investigaciones sobre crecimiento económico. Allí permaneció una década, en la que publicó *Teoría neoclásica del comercio internacional* (1961), *Eficiencia, igualdad y tenencia de la propiedad* (1964). Meade, gran conocedor de las herramientas del análisis económico, las utilizó intensamente buscando explicitar los requisitos de una sociedad mejor, con libertad pero sin excesos, con eficiencia pero sin explotación, y con equidad. James Meade, figura eminente, murió en 1996. C

■ **Club Speedy** (de Telefónica), la tarjeta de descuentos de Speedy, cerró un acuerdo con Heladerías Freddo, Blockbuster y los cines Cinemark para brindar beneficios a sus clientes.

■ **LAN Argentina** comenzará a operar la ruta Buenos Aires-Puerto Madryn-Ushuaia, con tres vuelos a la semana, a partir de octubre.

■ El frigorífico **Quickfood** renovó su logo corporativo y los diseños de sus envases de hamburguesas y salchichas, Paty y Patyviena.

■ **Banco Hipotecario** inauguró su 29ª sucursal. El nuevo local se ubica en la ciudad cordobesa de Río Cuarto.

■ El **municipio de Morón** convocó a las minipymes del distrito a participar del Proyecto de Iniciación Exportadora, dirigido a quienes quieran comenzar un proceso exportador planificado y sistemático.

■ La Subsecretaría de la PyME y Desarrollo Regional y la **Fundación MetroGAS** firmaron un convenio de cooperación con el objetivo de promover y desarrollar acciones de fortalecimiento de las pequeñas empresas.

RETROCESO DE LOS FONDOS INTERNACIONALES Y AVANCE DE INVERSORES LOCALES

Dos apuestas diferentes

POR CLAUDIO ZLOTNIK

Mientras bancos de inversión del exterior se repliegan de la región por temor a una crisis global gatillada por la debilidad de la economía de EE.UU., los operadores locales son agresivos en la compra de activos.

Pablo Piovano



En lo que va del año, la salida de capitales desde Brasil, México y la Argentina sumó 450 millones de dólares.

Los mercados emergentes están acusando los temores que existen por el futuro de la economía estadounidense. Después de un par de años con flujos de capitales positivos, en América latina existe una reversión de esas corrientes. El fenómeno es incipiente y la pregunta que se formulan los inversores internacionales es si la tendencia se profundizará en las próximas semanas. Mientras tanto, los operadores locales aprovechan para hacer buenos negocios.

En lo que va del año, la salida de capitales desde Brasil, México y la Argentina sumó 450 millones de dólares. Seis de cada diez de esos billetes salieron en las últimas tres semanas. La aceleración de la fuga se dio a partir del ajuste en la Bolsa de Shanghai y se extendió frente a la incertidumbre sobre la marcha de la economía estadounidense.

Los bancos de inversión se están moviendo con mucha cautela. A diferencia de otros momentos, esta vez no hay dudas sobre la capacidad de pago de Argentina. Ni de sus fundamentos económicos. La prudencia aparece porque los financistas no quieren quedar expuestos a una eventual corrida. Hoy el mercado se maneja bajo la pauta de que cada indicador económico de Estados Unidos es un gatillo que puede disparar una crisis global. Los movimientos financieros son espasmódicos y se relacionan con la difusión de cada índice en Washington. Así como lo hacen en Latinoamérica, también liquidan sus posiciones en Asia, en especial en Japón.

La suerte en los mercados internacionales es seguida de cerca tanto en el Palacio de Hacienda como en el Banco Central. En el primer caso, porque Felisa Miceli busca el mejor momento para colocar una nueva emisión de títulos de deuda. Especula que podrá hacerlo dentro de las próximas dos semanas. Espera el momento de poder endeudarse a diez años a una tasa inferior al 8,0 por ciento anual en dólares.

En el Central, en tanto, están atentos porque se viene la liquidación de la cosecha gruesa. Si el mercado se mantiene sin grandes alteraciones, como hasta ahora, la mesa de operaciones tendrá que embolsar la avalancha de divisas, entre 80 y 100 millones de dólares diarios, para evitar un retroceso del tipo de cambio.

Mientras los fondos extranjeros se volvieron más conservadores, los inversores locales aprovechan ese espacio vacante. Los bancos, las AFJP y las compañías de seguros se muestran muy agresivos en el mercado. Adquieren los títulos de deuda que lanza el Banco Central, se suman a los canjes propuestos desde la autoridad monetaria para alargar los plazos de bonos en pesos y se quedan con las gangas que quedaron en el mercado accionario.

Esta conducta sostuvo los precios tanto de bonos como de acciones y los corredores se juegan a que los valores seguirán remontando a menos que explote una crisis a nivel internacional. Los inversores institucionales internos no quieren perderse la alta rentabilidad que están dejando los papeles en pesos indexados, de entre 5 y 6 puntos por encima de la inflación. A la hora de hacer negocios, la polémica en torno de los manejos en el Indec ha quedado bastante lejos. C

TASAS

VIERNES 30/03

Plazo Fijo 30 dias		Plazo Fijo 60 dias		Caja de Ahorro	
$	U$S	$	U$S	$	U$S
7,80%	0,80%	8,20%	1,70%	0,80%	0,10%

Fuente: BCRA

ACCIONES

	PRECIO ($)		VARIACION (%)		
	Viernes 23/03	Viernes 30/03	Semanal	Mensual	Anual
ACINDAR	4,160	4,130	-0,7	-2,6	-14,4
SIDERAR	20,900	21,200	1,4	2,4	-13,0
TENARIS	67,800	70,100	3,4	0,0	-5,0
BANCO FRANCES	13,050	12,750	-2,3	-7,7	33,6
GRUPO GALICIA	3,180	3,240	1,9	3,7	13,1
INDUPA	3,240	3,240	0,0	-1,2	-3,6
MOLINOS	3,960	3,900	-1,5	3,3	-7,2
PETROBRAS ENERGIA	3,150	3,160	0,3	-1,3	-10,0
TELECOM	13,750	13,050	-5,1	0,7	10,5
TGS	3,910	3,910	0,0	-2,3	-6,7
INDICE MERVAL	2.085,510	2.102,780	0,8	1,7	0,6
INDICE GENERAL	106.227,830	106.276,240	0,0	2,2	3,0

Fuente: Instituto Argentino de Mercado de Capitales.

ME JUEGO

EDUARDO FERNANDEZ analista de Rava Sociedad de Bolsa

Acciones. La evolución del mercado depende de lo que ocurra en Wall Street. Las próximas semanas se caracterizarán por una alta volatilidad, pero la tendencia es alcista. Me juego a que en poco tiempo veremos un índice MerVal quebrando el record de 2230 puntos (el viernes cerró 2103).

Panorama internacional. Hay señales contradictorias. No se descarta un escenario recesivo en Estados Unidos aunque creo que habrá una recomposición del actual escenario. Me parece que los últimos indicios que dejó la Reserva Federal ya no dan cuenta de la posibilidad de una baja de la tasa, al menos en lo inmediato.

Bonos. Los próximos días serán clave para el mercado porque se difundirá la inflación de marzo. Si el índice ronda entre 0,8 y 1,0 por ciento habrá un recorrido alcista de los títulos de deuda. El más favorecido puede ser el Discount en pesos.

Recomendación. Hay que diversificar el portafolio: la mitad en bonos y la otra mitad en acciones. En títulos me gustan el Bogar y el Discount en pesos. En tanto, Macro y el Hipotecario son mis acciones preferidas.



RESERVAS

SALDOS AL 30/03

en millones

TOTAL RESERVAS BCRA.	36.851
PROMEDIO COMPRAS ULTIMOS 20 DIAS	45
COMPRAS DEL ULTIMO VIERNES	40

Fuente: BCRA

CER

PORCENTAJE

fecha	índice
01-ABR	1,9383
02-ABR	1,9385
03-ABR	1,9387
04-ABR	1,9389
05-ABR	1,9391
06-ABR	1,9393
07-ABR	1,9395

Fuente: BCRA

POR CLAUDIO SCALETTA *

Una vez más, el comportamiento de los principales actores del mercado lácteo sirve de laboratorio para los interesados en la relación causa–efecto de la política económica. Los subsidios a la materia prima destinados a evitar la suba de precios minoristas en el mercado interno no han tenido efecto alguno en el mercado. A pesar de la transferencia de recursos sociales a un sector concentrado de la economía, muchas de las principales firmas del complejo siguen remarcando. Según organizaciones de defensa de los consumidores, en marzo la leche en sachet se habría disparado hasta el 18 por ciento. El precio pagado a los productores primarios, en tanto, registra una moderada recuperación, pero todavía no está claro si ello responde a los subsidios o a la baja estacional de la oferta junto con la mayor demanda, interna y externa.

Por el lado de los consumidores, el aumento de los precios de base agropecuaria, como el de la leche, tiene efectos sociales particularmente dolorosos que no pueden dejarse de lado al momento de evaluar políticas. Los sectores más pobres de la población son siempre los más perjudicados por la suba de los precios de los alimentos, tanto porque son los que destinan una mayor proporción de su ingreso a adquirir los bienes que integran la Canasta Básica Alimentaria, como por el dato cierto de que esa cesta aumentó desde la devaluación bastante por encima de la inflación. Mientras el IPC se expandió el 67,3 por ciento desde entonces, el rubro Alimentos y bebidas lo hizo el 85,1 por ciento. En el primer bimestre de 2007, una reseña de la consultora RK, sobre la base de las cifras del Indec, detalla que las firmas del rubro Alimentos y bebidas remarcaron el 2,6 por ciento contra una inflación de 1,4. Al mismo tiempo, el valor de la Canasta Básica Total (utilizada para medir pobreza) creció el 2,5 por ciento y la Canasta Básica Alimentaria (la referencia para la línea de indigencia) lo hizo el 3,4 por ciento.

Ante la relativa gravedad del contexto, el análisis de la eficiencia de las políticas de control de precios aparece como esencial. Algunos datos conocidos del mercado lácteo son que en 2006 las exportaciones se incrementaron el 30 por ciento y bordearon los 850 millones de dólares. Siempre de acuerdo con la Secretaría de Agricultura, el boom exportador continuó en el primer bimestre del año con ventas por casi 180 millones de dólares, lo que significa una suba interanual del 54 por ciento. Desde las usinas lácteas, quizá las firmas que mejor conocen la psicología gubernamental, respondieron que el aumento de exportaciones en lo que va del año no es más que una ilusión estadística emergente de las escasas ventas registradas en enero de 2006, cuando los exportadores especulaban reteniendo producción a la espera del fin de la suba de las retenciones.

En el pasado, adelantarse a la reacción gubernamental ya les dio buenos resultados a las usinas. Frente al aumento del precio internacional de la leche en polvo, que en 2006 se disparó 1500 dólares la tonelada alcanzando los 3800, fueron capaces de evitar una nueva suba en las retenciones. Lo consiguieron a través de una propuesta de "autorregulación" para canalizar el excedente a mayores pagos de la materia prima, lo que siempre tiene buen rating. En realidad pagar más por la materia prima era una necesidad acuciante del circuito si quería seguir teniendo tamberos, pero ésta es otra cuestión. La promesa informal de los empresarios en su momento fue que la medida también evitaría las subas en el mercado interno. El canje parecía claro. Asumir *motu proprio* menores ingresos internos a cambio de que no les poden el negocio externo.

Pero resuelto el problema de las retenciones, resulta duro perderse el mercado interno. Con mayores ingresos, dicen, la población demanda más lácteos, lo que explicaría las góndolas raleadas a los precios actuales.

Vale reconocerle al sector que a la hora de sumar datos para explicar la oferta y la demanda no faltan argumentos a favor de la escasez. Tampoco para el lecho de Procusto de la contabilidad de costos. Cualquiera sea el caso, una política de precios eficiente desde la perspectiva del consumidor no debería trabajar en esta línea sino sobre una revisión de la política de retenciones y el control del poder de mercado de las usinas. En otras palabras, desandar el camino transitado en los últimos meses. C

* *jaius@yahoo.com.ar*

Télam



En marzo, la leche en sachet se habría disparado hasta el 18 por ciento.

TENSION CON LOS ACTORES DEL MERCADO LACTEO

El lecho de Procusto

Una política de precios eficiente desde la perspectiva del consumidor debería trabajar sobre retenciones y el control del poder de las usinas.

agro

■ La Superintendencia de Riesgos del Trabajo informó que durante 2005 (últimos datos disponibles) en el **sector rural** se notificaron 40.065 casos de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, sobre una población de trabajadores cubiertos de 310.747. Los casos fatales fueron 115, lo que ubica al sector en el segundo lugar de mortandad laboral detrás de Minas y Canteras.

■ El precio del **pollo** eviscerado subió, en enero y en la comparación interanual, un 15 por ciento mayorista y un 14 por ciento minorista, informó la Secretaría de Agricultura.

■ Durante el primer bimestre de 2007 las exportaciones de **frutas frescas** fiscalizadas por el Senasa sumaron 268,5 mil toneladas por 175,9 millones de dólares, mostrando un incremento del 30 por ciento en divisas y 21 en volumen respecto de los envíos del mismo período de 2006.

INTERNACIONALES

BRASIL REVISO EL ALZA DE SU PIB Y SU ECONOMIA ES MAYOR DE LO QUE SE CREIA

La magia de las estadísticas

POR ISABELLE HOURCADE
DESDE SAN PABLO, BRASIL

Brasil es más rico de lo que estimaba, tras una modificación de sus cálculos estadísticos que reveló un crecimiento económico entre 2000 y 2006 mayor que lo que se había creído hasta ahora. El miércoles, el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE, oficial) estimó que el Producto Interno Bruto (PIB) brasileño aumentó en 3,7 por ciento durante 2006, mientras que el antiguo método de cálculo establecía que el crecimiento era de 2,9. El ministro de Hacienda Guido Mantega dijo que Brasil "entró en un ciclo de desarrollo sostenido" y señaló que algunos indicadores tienen ahora un nivel europeo.

Mantega afirmó que "la mejor novedad" de los datos de 2006 es que la inversión creció 8,8 por ciento, esto es por encima del crecimiento del PIB, "lo que posibilita un crecimiento continuado con inflación baja". Con la nueva tasa de 2006 Brasil mejoró otros indicadores, entre ellos el del déficit nominal, que era de 3,3 del PIB, a 3,0 por ciento; una relación similar a la exigida para los países de la Unión Europea. "Con ese déficit entraríamos en el club de la Unión Europea", indicó. "La trayectoria del déficit nominal es descendente y llegaríamos a cero en 2010. Estaríamos mejor que muchos países europeos", agregó. Afirmó también que "Brasil es un país menos endeudado" pues con los cálculos anteriores la deuda equivalía al 50 por ciento del PIB y ahora es 44,9. Estimó que hacia 2010 esa relación podría llegar a 35 por ciento.

Alex Agostini, consultor de Austin Rating, destacó que "por primera vez en su historia, Brasil entró en el club selecto de las economías cuyo PIB pesa un billón de dólares". Sin embargo, el PIB por habitante tuvo un aumento más modesto de 2,3 por ciento, a unos 5705 dólares.

El crecimiento continúa siendo el punto débil de la economía brasileña, ante una tasa de expansión del orden del 10 por ciento para China o India. A pesar de ello, Brasil ya no es el penúltimo de la lista de América latina, delante de Haití, en cuanto a crecimiento económico, sino que se encuentra a la par de Nicaragua y por delante de El Salvador y Paraguay, según Austin Rating. Para Agostini, Brasil permaneció en 2006 como la décima economía mundial en dólares corrientes. "En 2010, es posible que sobrepase a Canadá y España para situarse en el octavo lugar, si el crecimiento de Rusia no se acelera", estimó.


Lula da Silva, presidente de Brasil.

Utilizando otro modo de cálculo en paridad con el poder adquisitivo, Mantega estimó que Brasil pasó durante 2005 del noveno al octavo lugar de las economías mundiales, detrás de Francia pero delante de Italia. La nueva forma de evaluación de la riqueza nacional fue bien recibida por los economistas, ya que sigue las normas internacionales. "El cambio de método es muy positivo, permite medir mejor el PIB y se acerca a la realidad", indicó la analista Marcela Prada, consultora de Tendencias. "La revisión es un proceso natural" que toma en cuenta los cambios del consumo, de la producción y de la tecnología, estimó Agostini.

La IBGE ahora considera las actividades económicas y productos en el campo de investigación. El sector de servicios representó el 64 por ciento de la riqueza nacional en 2005, en vez de 54,1 con el anterior cálculo. El peso de la industria y de la agricultura cayó respectivamente a 30,3 y 5,6 por ciento. Prada explicó que aplicando los nuevos datos sobre el aumento de los ingresos, del empleo y de crédito, el IBGE abarca mejor el consumo de los hogares. C

E-CASH de lectores

INCONDUCTA

Tuve ocasión de observar este fin de semana dos ejemplos más de la inveterada inconducta comercial de la corporación Carrefour (San Fernando).

1. En la góndola de papel higiénico ponen el envase de Higienol de 30 m x 6 rollos = $4,54 (25 cts. x m). El envase de 50 m x 4 rollos = $6,29 (13 cts. x m). Cualquiera que se tome la molestia de hacer la cuenta apreciará que el costo por metro entre paréntesis no sólo es erróneo, sino que también induce engañosamente a consumir uno, cuando en realidad conviene el otro (el pack de 30 m).

2. Había una promoción de jabón Ace, envase de 6 kg, que "regalaba" una mochila, a retirar en "Servicio al Cliente". Cuando la fuimos a retirar, nos informan que se habían terminado (raro, porque si hay esa promo tienen que tener tantos envases de jabón como mochilas). Preguntamos qué estaban dispuestos a darnos en lugar del faltante, a lo cual la encargada llamó al gerente, que nunca llegó. Al cabo de 10 minutos de espera, devolvimos el producto en cuestión y, enseguida, cuando ya nos íbamos, aparecieron 5 o 6 mochilas, misteriosa y mágicamente. Que se las metan en el depósito.

Héctor L. Sor
hectorsor@telecentro.com.ar

PRECIOS

Interesante el artículo (**Cash**, 11 de marzo pasado) sobre la dispersión de precios por zonas geográficas. Pero me parece que sería del caso agregar a la investigación las causas que producen la diferencia de precios en distintos sectores de la ciudad: cuánto paga de impuesto inmobiliario, de ganancias, de servicios, alquileres y otros gastos adicionales un comercio en Recoleta, Caballito o José C. Paz. Creo que aclarando ese aspecto se tendrá una idea de hasta qué punto unos u otros negocios justifican sus precios.

Rubén Basso
bassorub@hotmail.com

DOLAR

Debido al altísimo endeudamiento que tiene EE.UU., que supera varias veces su PBI, como economista pronostico que a muy corto plazo la moneda norteamericana sufrirá la mayor devaluación en toda la historia del país del Norte. Por lo tanto, y prestar atención Argentina y autoridades del BCRA, tener reservas en dólares es como tener un "Titanic" en nuestras arcas. El euro u otras monedas deberían ser las que respalden al peso.

Fernando Vera Blanch
fverablanch@hotmail.com

Para opinar, debatir, aclarar, preguntar y replicar. Enviar por carta a Belgrano 671, Capital, por fax al 6772-4450 o por E-mail a economia@pagina12.com.ar no más de 25 líneas (1750 caracteres) para su publicación.

BUENA MONEDA

Vigilar y castigar

Por Alfredo Zaiat

La negociación de los pasivos en cesación de pagos con el Club de París expone con claridad la arrogancia del poderoso frente al endeudado, que se caracteriza por un historial de descalabros, despilfarros e irresponsabilidad en el manejo de las cuentas públicas. Esas deficiencias, como otras, son por propia debilidad en la compleja tarea de construir un horizonte previsible. Pero las potencias no son inocentes en ese destino trunco. El Club de París es una organización supranacional informal que, muchas veces, responde a los intereses de los poderosos sin considerar las situaciones particulares de las naciones a las que suponen ayudan. Con más o menos hipocresía, dependiendo del pudor del caso, esa institución, como también la OMC, FMI, Banco Mundial y otras burocracias internacionales, prometen el bienestar futuro con el padecimiento presente.



Esa perversidad queda en evidencia en las tratativas de los últimos meses con el Club de París. Argentina, a diferencia del duro trato ofrecido a los tenedores de bonos en default, propuso a esa entidad pagar sin ninguna quita la deuda vencida y no honrada a término. Solicitó un plan de refinanciación, con alargamiento de plazos y reducción de la tasa, como hace cualquier deudor en problemas que quiere empezar a manejar esa mochila con cierta previsibilidad. La respuesta de los países miembro de esa institución fue el reclamo de cobrar en un solo pago, en una cancelación total, como la hizo el buen alumno –en términos financieros– Brasil, o la exigencia de que Argentina regrese a un programa de supervisión del Fondo Monetario Internacional. Esta última demanda, relativizada por muchos e ignorada por otros, es una injerencia desmedida en asuntos internos del país y una de las ofensas diplomáticas más relevantes que ha recibido el país en los últimos años.

En otras complicadas negociaciones, por ejemplo con las privatizadas o con los bonistas, las presiones del Grupo de los Siete y sus respectivas embajadas tenían su origen en la defensa de millonarios intereses monetarios. En cambio, esa pretensión del Club de París para aceptar la propuesta argentina tiene, simplemente, el objetivo del sometimiento.

Argentina destinó casi 10 mil millones de dólares para sacarse de encima la bota opresiva del FMI, del mismo modo que lo hicieron casi todos los países que tenían acuerdos con ese organismo desprestigiado. En ese momento se abrió una polémica por esa asignación de recursos teniendo en cuenta la delicada situación socio-laboral y las urgentes necesidades insatisfechas en varios frentes. Con el desarrollo posterior de la economía, sus restricciones, heterodoxias y tensiones por la política de crecimiento acelerado, se puede evaluar con mejor perspectiva la decisión de haber abandonado la tutela del fracaso del FMI. Basta con imaginar los cuestionamientos y boicot a medidas que buscan cierto equilibrio macroeconómico (retenciones, acuerdos de precios, aumento de jubilados, recomposición salarial, apuesta al Mercosur, entre otras), con voceros locales amplificando las críticas, para considerar que el divorcio con el Fondo tuvo un precio elevado, pero no tanto como el de haber mantenido el matrimonio. Invitar a la mesa a esa tecnoburocracia por parte del Club de París, entonces, es símbolo de la soberbia del poder y del desprecio a decisiones soberanas de países periféricos.

El argumento formal para ese pedido es que en las normas de funcionamiento del Club de París se estipula que el deudor que solicita renegociar sus pasivos debe "implementar un programa estructural de ajuste apoyado por el FMI". Pero, a la vez, el Club de París se define como un grupo *informal* de acreedores oficiales –gobiernos o agencias públicas específicas– que coordinan "soluciones sustentables para estados deudores que enfrentan dificultades temporales en honrar sus compromisos de pago", se explica en el documento *Deuda pública: desafíos post-renegociación*, del Centro para la Estabilidad Financiera (CEF). En ese trabajo se menciona el texto *Le Club de Paris: Vu de l'interieur*, de David Sevigny, publicado en el *Canadian Journal of African Studies*, que define a ese agrupamiento como "un mecanismo, no una organización formal, establecido como un conjunto de prácticas y procedimientos con actualización dinámica que sirven como una interfase entre estados acreedores y deudores".

La flexibilidad, a diferencia de las organizaciones burocráticas, es una de sus características, lo que hace evidente que la exigencia de pasar por el FMI es una señal de castigo a un país que declaró el default más que de necesidad o adhesión a normas estrictas. El Club de París está integrado por 19 países (Alemania, Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Reino Unido, Rusia, Suecia y Suiza) y varios observadores (FMI, Banco Mundial y bancos regionales de desarrollo). Al carecer de una estructura legal, sus miembros acuerdan un conjunto de principios para la reprogramación de las deudas, entre ellos el del tratamiento caso por caso, que implica que no se aplican reglas uniformes para todos los deudores, sino que dependerá de la situación de cada uno.

Desde 1956 Argentina ha renegociado deudas en ocho oportunidades en el marco del Club de París por un total de 11.502 millones de dólares, bajo el modelo "clásico", que consiste en pactar tasas de mercado y períodos de repago de entre 5 y 10 años, según consigna el documento del CEF. De acuerdo con datos del Ministerio de Economía, la deuda pública susceptible de ser renegociada en el Club de París ascendía, en junio de 2006, a 6716 millones de dólares. A ese monto habría que restarle 982,5 millones del pasivo con España, cuenta que ya tiene su programa de repago acordado. Del saldo, casi el 50 por ciento corresponde a sólo dos países: Alemania y Japón. La situación irregular de ese pasivo implica la suspensión de las financiaciones al sector privado por parte de agencias oficiales de crédito para la importación de bienes de capital (por ejemplo, el Eximbank, Hermes, Coface, Ecgd, etc.).

En resumen, el panorama sería el siguiente: Argentina manifestó su vocación de querer salir de ese default y propuso un plan de pagos; el Club de París le exige que vuelva al Fondo; el Gobierno rechaza esa exigencia, no se avanza en la negociación y, por lo tanto, no se habilitan préstamos oficiales para inversiones de multinacionales que operan o quieren desembarcar en el país. Compañías que, a la vez, destinarían esos fondos para importar bienes de capital de su propio país. Entonces, ¿quién debería estar más interesado en que se cierre un acuerdo con el Club de París? O, de otra manera, ¿a quién le conviene apurar la renegociación de esa deuda en default? A los acreedores, si optan por guardar en el cajón la actitud de "vigilar y castigar" del poderoso.